

# Q1

## Das Quartal in Zahlen

1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2005

## VORWORT DES VORSTANDES

Sehr geehrte Damen und Herren,

im erfolgreichen Geschäftsjahr 2004 konnten wir dank eines strengen Kostenmanagements und hoher Effizienzsteigerungen unser Vorsteuerergebnis auf 1,8 Mio. Euro verdreifachen. Dies ist auch das Ergebnis effizienter Kostenstrukturen und flacher Hierarchien, die wir in den letzten Jahren im Unternehmen installiert haben. Dadurch konnten wir weitgehend sämtliche Kosteneinsparungspotenziale ausschöpfen. Um weitere Ertragssteigerungen in diesem und den folgenden Jahren zu realisieren, zielen wir nun darauf ab, neues Umsatzwachstum zu generieren. Im laufenden Geschäftsjahr planen wir deshalb die Eröffnung von 20 bis 30 Salons, vor allem in den margenstarken Konzepten Super Cut und HairExpress. Dies werden wir auch in den folgenden Jahren weiter fortführen und damit zukünftig wieder stärker wachsen.

Der Erfolg der Neueröffnungen auf Umsatz- und Ertragsseite wird sich vor allem ab 2006 zeigen, da dann die Salons aus dem jeweiligen Vorjahr mit entsprechend hoher Bekanntheit und einer gewachsenen Stammkundschaft unter voller Auslastung arbeiten. Unser Erfolg hängt dabei auch von der Auswahl exzellenter Standorte ab. Die Suche nach neuen Standorten richtet sich stets nach der jeweiligen Konzeptidee und konzentriert sich auf Umgebungen mit hoher Laufkundschaft. So finden sich zum Beispiel Salons der Marke Super Cut, die pure Leistung für die junge Kernzielgruppe der 14 - 29-Jährigen anbieten, an unterschiedlichsten Standorten wie dem CentrO in Oberhausen oder der Hamburger City, während beispielsweise HairExpress-Salons mit ihrem preisoffensiven Leistungsangebot für die ganze Familie eher in Einkaufszentren und Verbrauchermärkten angesiedelt sind. Trotz unterschiedlicher Konzepte haben beide Salonmarken jedoch eine Gemeinsamkeit: die hohe Besucherfrequenz an ihren jeweiligen Standorten. Sie ist besonders wichtig, um neben der Stammkundschaft auch Laufkundschaft erfolgreich ansprechen zu können. Diesen traditionellen Wettbewerbsvorteil der Essanelle Hair Group wollen wir auch bei den geplanten Neueröffnungen nutzen und prüfen deshalb zur Zeit bundesweit zahlreiche, potenzielle Salons, die in das beschriebene Anforderungsprofil passen.

Neben der Auswahl der Standorte beeinflusst auch die Entwicklung der Binnennachfrage den Erfolg der geplanten und bestehenden Salons. Im ersten Quartal 2005 konnte in Deutschland ein moderates Wachstum verzeichnet werden, das jedoch in erster Linie auf Industrieproduktion und Bauwirtschaft zurückzuführen ist. Da der private Konsum nach wie vor verhalten blieb, wirkte sich dieser leichte Aufschwung nicht positiv auf die Umsätze der Essanelle Hair Group aus. Zudem sank die Anzahl der Öffnungstage in den bisherigen drei Monaten 2005 im Vergleich zum Vorjahresquartal um 3 Tage. Deshalb blieb der Umsatz mit 27,1 Mio. Euro knapp unter dem Vorjahreswert von 27,9 Mio. Euro, lag aber im Rahmen unserer Erwartungen und Planungen. Auf der Ertragsseite konnte mit 0,2 Mio. Euro wie im Vorjahresquartal (0,2 Mio. Euro) wieder ein positives Vorsteuerergebnis erzielt und unsere Planungen sogar übertroffen werden. Das operative Ergebnis (EBITDA) betrug nach den ersten drei Monaten 2005 rund 1,7 Mio. Euro nach rund 1,9 Mio. Euro im Vorjahresquartal.

Aufgrund der bereits gefundenen Standorte und des bisherigen Jahresverlaufes gehen wir davon aus, die prognostizierten Ziele zu erreichen und dafür werden wir uns auch weiterhin mit voller Kraft einsetzen.

Der Vorstand



Uwe Grimminger



Achim Mansen

## WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Die Essanelle Hair Group konnte trotz der anhaltenden Zurückhaltung der Verbraucher mit 27,1 Mio. Euro die Konzernumsätze im 1. Quartal 2005 nahezu auf Vorjahresniveau (27,9 Mio. Euro) halten und das, obwohl die Anzahl der Öffnungstage unter dem Vorjahresquartal lag. Die Gruppenumsätze beliefen sich auf 31,0 Mio. Euro nach 31,7 Mio. Euro im Vorjahr.

Die Salonkonzepte im Einzelnen: In den ersten drei Monaten 2005 erzielte essanelle – Ihr Friseur Umsätze in Höhe von 17,5 Mio. Euro nach 18,4 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Die Konzepte Super Cut und HairExpress steigerten ihre Umsätze um 4,8% auf 4,4 Mio. Euro bzw. um 5,7% auf 3,1 Mio. Euro. Die Marke Jürgen Tröndle erlöste 1,2 Mio. Euro nach 1,3 Mio. Euro im gleichen Zeitraum 2004, während sich die Franchise-Erlöse aus den mod's hair-Salons auf 0,2 Mio. Euro beliefen (1. Quartal 2004: 0,4 Mio. Euro). Die Außenumsätze dieser Salons betrugen 3,9 Mio. Euro nach 3,8 Mio. Euro im Vorjahresquartal. Die Beauty Hair Shops schließlich verzeichneten ein Umsatzwachstum von 20,8% auf 0,7 Mio. Euro.

Die Personalkosten konnten gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,1% auf 15,6 Mio. Euro reduziert werden, während der Wareneinsatz um 4% auf 2,6 Mio. Euro stieg.

Auf der Ertragsseite erzielte die Essanelle Hair Group wie im Vorjahr ein positives Vorsteuerergebnis in Höhe von 0,2 Mio. Euro (2004: 0,2 Mio. Euro). Das Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA) betrug 1,7 Mio. Euro nach 1,9 Mio. Euro im ersten Quartal 2004. Das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) ging dementsprechend ebenfalls leicht von 0,5 Mio. Euro auf 0,3 Mio. Euro zurück.

## INVESTITIONEN

Die Investitionen in den ersten drei Monaten 2004 blieben mit 0,7 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Der Schwerpunkt lag dabei bei Neueröffnungen und Renovierungen. Im Laufe des Jahres plant die Essanelle Hair Group eine Ausweitung der Investitionstätigkeit, deren Stärke von der Zahl rentabler neuer Standorte abhängt.

## ENTWICKLUNG DER KOSTEN UND PREISE

Bei den Kosten und Preisen waren keine besonderen Entwicklungen zu beobachten. Wie im Vorjahresquartal führte die Essanelle Hair Group auch im bisherigen Jahresverlauf keine Preiserhöhungen durch.

## MITARBEITER

Zum 31. März 2005 beschäftigte die Essanelle Hair Group AG insgesamt 3.729 Mitarbeiter nach 3.799 Personen im Vorjahresquartal. Dabei betrug der Anteil an Teilzeitkräften wie in der Branche üblich rund 35%.

## CASH FLOW

Der traditionell hohe Cash Flow des Unternehmens spiegelt sich auch im ersten Quartal 2005 wider. So betrug er zum 31.03.2005 rund 1,4 Mio. Euro, während sich der Finanzmittelbestand insgesamt auf 4,3 Mio. Euro belief.

## AUSBLICK

Die Kennzahlen des ersten Quartals 2005 bilden eine gute Grundlage für den weiteren Jahresverlauf. Trotz einer wahrscheinlich kaum verbesserten Konjunktorentwicklung geht die Essanelle Hair Group davon aus, die im Geschäftsbericht 2004 ausgegebenen Ziele für das laufende Geschäftsjahr zu erreichen. So verläuft die Suche nach 1a-Standorten für neue Salons bereits durchaus positiv, so dass das Unternehmen zuversichtlich ist, 20 bis 30 Salons in 2005 zu eröffnen.

Das zusätzliche Salonwachstum wird sich jedoch noch nicht wesentlich auf die Umsatz- und Ertragsseite des Unternehmens auswirken, da Anlaufkosten anfallen und zu Beginn das Personal nicht vollständig ausgelastet sein wird. Je nach Umfang der Expansion geht die Essanelle Hair Group trotzdem von einer konstanten bis leicht verbesserten Ergebnisentwicklung in 2005 aus. Mit zunehmenden Salonwachstum wird sich dann auch die Umsatz- und Ertragslage signifikant verbessern.

## KONTAKT

### **Investor Relations, Wirtschaftspresse**

Haubrok Investor Relations

Michael Müller

Fon +49(0)211/3 01 26-0

Fax +49(0)211/3 01 26-172

[m.mueller@haubrok.de](mailto:m.mueller@haubrok.de)

[www.haubrok.de](http://www.haubrok.de)

### **Essanelle Hair Group AG**

Niederkasseler Lohweg 20

40547 Düsseldorf

Fon +49(0)211/17 48-0

Fax +49(0)211/17 48-290

[kontakt@essanelle-hair-group.com](mailto:kontakt@essanelle-hair-group.com)

[www.essanelle-hair-group.com](http://www.essanelle-hair-group.com)